AKUNTASI HUMANIORA
Jurnal pengabdian Masyarakat
• ISSN 2809 - 7947 (print)
• ISSN 2829 - 0071 (online)
AKUNTASI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
https://journalkeberlanjutan.com/index.php/ahjpm

PENERAPAN SERTIFIKASI HALAL UNTUK MENINGKATKAN KINERJA UMKM DI JAKARTA

[1]Erna Soriana IMANINGSIH, [2]Janfry SIHITE
[1,2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Indonesia.
Corresponding author: Erna Soriana IMANINGSIH
Email: erna.sofriana@mercubuana.ac.id

Info Artikel:

Dikirim: 2022-08-30 Direvisi: 2022-09-25 Diterima: 2022-10-22
Vol: 1 Number: 3 Hal: 145-149

Kata Kunci: Kinerja UMKM, Sertifikasi Halal, Adopsi.

Perubahan tatanan sosial telah memberikan perubahan perilaku konsumen dalam kesadarannya yaitu memperhatikan latar belakang dan sertifikat yang dimiliki produk tersebut. Perilaku ini belum diimbangi dengan kesadaran konsumen, khususnya konsumen muslim terhadap produk bersertifikat halal. Hal ini ditunjukkan dengan belum optimalnya implementasi kesadaran mereka yaitu persentase adopsi produk halal, selain itu tingkat kesiapan UMKM di Jakarta dalam mengadopsi sertifikasi halal juga masih rendah. Berdasarkan hal tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan penerapan sertifikasi produk halal, serta memberikan pendampingan penerapan sertifikasi produk halal agar kinerja UMKM dan konsumen meningkat, sehingga mampu mempertahankan eksistensinya. kinerja dalam kelangsungan bisnis. Narasumber pelatihan selain Dosen dari Universitas Mercu Buana juga Dosen dari Universitas Teknologi Mara, Pusdiklat Cawangan Melaka. Setelah pelatihan dilakukan, selanjutnya dilakukan pendampingan, dimana hasil pelatihan dan pendampingan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan Laporan.

Cite this as: IMANINGSIH, E.S., SIHITE, J. (2022). "Penerapan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Jakarta". Akuntansi Humaniora Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1 (3), 145-149.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berperan penting dalam meningkatkan perekonomian daerah maupun perekonomian nasional dalam suatu negara. Dalam konteks Indonesia, peran tersebut sangat penting karena pada tahun 1997 banyak perusahaan yang bangkrut akibat krisis moneter, namun usaha mikro, kecil dan menengah ini mampu bertahan. Selain perannya yang cukup signifikan, sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mampu meningkatkan Produk Domestik Bruto masyarakat karena usaha ini menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia (Susila, 2017).

Indrawan (2021) dalam Musyawarah Nasional Program Doktor yang diadakan di Universitas Mercu Buana menyatakan bahwa internalisasi kebijakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia terdiri dari:

a) Mengevaluasi efektivitas pelaksanaan Kampus Mandiri – Kebebasan Belajar di seluruh pendidikan kelembagaan dalam rangka pengembangan bakat wirausahawan terdidik;
b) Memastikan implementasi kebijakan/program baru dengan dukungan dari setiap level yang ada melalui sinergi antar pemangku kepentingan; dan
c) Mengembangkan pelembagaan ekonomi akar rumput melalui modernisasi dan penataan ulang menuju nilai-nilai praktis koperasi sebagai kekuatan agregator Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

AKUNTASI HUMANIORA
Jurnal pengabdian Masyarakat
• ISSN 2809 - 7947 (print)
• ISSN 2829 - 0071 (online)
AKUNTASI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
https://journalkeberlanjutan.com/index.php/ahjpm

Pemerintah telah memberikan perhatian yang besar terhadap pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah agar usaha ini dapat bertahan dalam krisis global. Sejumlah inisiatif telah dilakukan oleh pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM agar semakin banyak individu yang tertarik pada ranah kewirausahaan melalui pendirian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Perhatian besar dari pemerintah merupakan langkah strategis yang dibutuhkan negara. Dari sisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia sendiri, sudah ada berbagai kategori industri yang dapat dikembangkan dengan potensi yang sangat besar. Salah satu kategori tersebut adalah pasar potensial bagi umat Islam melalui pembuatan busana muslim atau produk bersertifikat halal. Logo halal memainkan peran yang sangat penting untuk branding dan pengembangan bisnis di seluruh dunia. Orang dapat mengenali produk dan layanan halal melalui logo halal. Oleh karena itu, logo halal penting untuk keberhasilan bisnis dan pengakuan produk halal (Shaari et al., 2021).

Pada dasarnya, Islam secara umum mengakui bahwa tujuan konsumsi adalah untuk bertahan hidup. Dalam konteks ini, baik perspektif Islam maupun perspektif konvensional sepakat bahwa kebutuhan untuk bertahan hidup merupakan motif umum dalam perekonomian. Meskipun demikian, ciri khasnya terletak pada perilaku dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan dan termasuk juga pada perilaku konsumen. Islam memandang bahwa kegiatan konsumsi merupakan salah satu perilaku manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ketakwaan dan ketaqwaan kepada Allah SWT guna mencapai kemenangan, kedamaian dan kesejahteraan (falah). Istilah halal sering dikaitkan dengan makanan. Namun, istilah ini pada dasarnya mencakup bagian luas dari makanan. Halal relevan dalam setiap aspek kehidupan seseorang, seperti sumber pendapatan, sikap terhadap suatu produk, dan religiusitas, antara lain (Kenji et al., 2019). Kehalalan dan manfaat yang diperoleh melalui kegiatan konsumsi mampu menempa baik aspek material maupun aspek spiritual umat Islam. Belum lagi, Islam telah merinci dan mengklasifikasikan produk-produk yang dapat dikatakan halal dengan cukup jelas.

Meskipun Indonesia merupakan negara demokrasi dengan penduduk muslim terbesar, namun kenyataannya masih banyak masyarakat muslim yang kurang sadar akan pentingnya membeli produk bersertifikat halal. Faktanya, banyak konsumen Indonesia yang mayoritas beragama Islam, masih membeli produk baik di supermarket maupun pusat perbelanjaan lain tanpa memperhatikan keberadaan label halal (www.republika.com). Kekhawatiran inilah yang mendorong banyak pengusaha enggan mengirimkan produknya ke sertifikasi halal karena banyak umat Islam yang kurang memperhatikan label halal dengan baik. Melihat situasi tersebut, para pelaku usaha khawatir akan membuang-buang tenaga dan anggaran karena dengan adanya label halal kurang berdampak terhadap minat beli produk bersertifikat halal. Kesadaran halal mengacu pada tingkat ilmu yang telah diinternalisasikan oleh umat Islam dalam membeli dan mengkonsumsi produk bersertifikat halal sesuai dengan prinsip syariah. Menurut data yang dirilis Badan Standardisasi Nasional Indonesia, baru 20% dari total produk yang telah terdaftar sertifikasi halal (www.detik.com). Pendidikan akan memberdayakan konsumen dengan kebijaksanaan untuk membuat pilihan yang tepat dari apa yang mereka konsumsi sehari-hari. Dengan demikian, tanggung jawab utama pemerintah atau lembaga yang bertanggung jawab atas produk halal terletak pada paparan pendidikan (Ambali & Bakar, 2013).

Melalui penelitian ini, peneliti ingin menggali faktor-faktor yang mungkin dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk berlabel halal. Berdasarkan uraian di atas, pengabdian ini dilakansakan dengan menetapkan judul "Penerapan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Jakarta".

AKUNTANSI HUMANIORA
Jurnal pengabdian Masyarakat
• ISSN 2809 - 7947 (print)
• ISSN 2829 - 0071 (online)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
https://journalkeberlanjutan.com/index.php/ahjpm

METODE

Sasaran dalam kegiatan ini adalah konsumen yang berdomisili di Jakarta Barat, Jakarta Pusat atau Utara, dan Jakarta Selatan. Pemilihan lokasi konsumen didasarkan pada keberadaan kampus Universitas Mercu Buana yaitu di Jakarta Barat, Jakarta Pusat, dan Jakarta Selatan. Pengabdian kepada masyarakat ini akan dilakukan dalam bentuk diskusi melalui zoom. Peserta diberi kesempatan untuk bertanya, sehingga dapat terjadi dialog antara nara sumber dan peserta.

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan ini berupa pelatihan dan pendampingan. Pelatihan ini melibatkan seluruh peserta dari beberapa daerah di Jakarta. Dari beberapa peserta, dipilih beberapa konsumen untuk pendampingan, selama satu bulan. Namun pendampingan tidak terbatas hanya satu bulan, atau berakhir pada saat penyusunan laporan, tetapi dilakukan secara berkesinambungan.
Materi yang akan diberikan adalah:

1. Manfaat mengetahui fungsi sertifikasi halal produk
2. Berbagai hal yang perlu dipersiapkan untuk melakukan sertifikasi halal
3. Tahapan adopsi sertifikasi halal
4. Evaluasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan topik Penerapan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Jakarta. Acara ini digelar melalui zoom meeting yang dimulai pukul 14.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB. Jumlah peserta 40 orang. Hal ini menunjukkan bahwa minat peserta untuk mempelajari sertifikasi produk halal cukup tinggi. Dengan metode penyampaian materi yang disampaikan oleh narasumber, peserta dapat dengan jelas memahami materi karena materi disampaikan secara terstruktur dan sistematis sehingga sangat mudah untuk dipahami.



Gambar 1. Proses Zoom Meeting

AKUNTANSI HUMANIORA
Jurnal pengabdian Masyarakat
• ISSN 2809 - 7947 (print)
• ISSN 2829 - 0071 (online)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
https://journalkeberlanjutan.com/index.php/ahjpm



Gambar 2. Proses Penyampaian Materi

Dari hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dapat disimpulkan sudah sesuai dengan harapan dan kebutuhan peserta. Sehingga mayoritas peserta menilai acara ini cukup baik dan memuaskan. Setelah kegiatan presentasi, peserta mengisi kuesioner untuk mengevaluasi kegiatan. Dari hasil kuisioner, waktu pembicara dalam menyampaikan presentasi tidak lama, karena waktunya dibatasi hanya 5 menit untuk setiap pembicara.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat UMB telah dilaksanakan dengan baik dan sukses pada 27 Maret 2022 di Jakarta. Acara ini diikuti oleh 40 peserta. Acara berlangsung menarik dan komunikatif. Menurut peserta, program ini sangat bermanfaat karena narasumber menyampaikan materi dengan kalimat yang mudah dipahami. Materi yang dibahas adalah konsep peningkatan daya saing UMKM dalam kaitannya dengan adopsi pengetahuan dan kesadaran produk bersertifikat halal, termasuk pentingnya mengkonsumsi produk bersertifikat halal untuk meningkatkan kesadaran produk bersertifikat halal.

DAFTAR PUSTAKA

Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2013). Halal food and products in Malaysia: people's awareness and policy implications. *Intellectual Discourse*, *21*(1), 7.

Indrawan, R. (2021). Keberlanjutan Usaha UMKM. *Program Konferensi Nasional Doktor 1, Mercu Universitas Buana*. Berita BBC.

Sugibayashi, K., Yusuf, E., Todo, H., Dahlizar, S., Sakdiset, P., Arce, F. J., & See, G. L. (2019). Halal Cosmetics: A Review on Ingredients, Production, and Testing Methods. *Cosmetics*, *6*(3), 37. https://doi.org/10.3390/cosmetics6030037

Nurhayati, T., & Hendar, H. (2019). Personal Intrinsic Religiosity and Product Knowledge on Halal Product Purchase Intention: Role of Halal Product Awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 603-620. https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220

Shaari, J. A. N. B., Khalique, M., & Ottot, H. B. (2021). Halal Logo and the Confidence Level of Malaysian Customers on Indonesian Halal Certified Products. *Academy of Entrepreneurship Journal*, *27*(5), 1-8.

AKUNTASI HUMANIORA
Jurnal pengabdian Masyarakat
• ISSN 2809 - 7947 (print)
• ISSN 2829 - 0071 (online)
AKUNTASI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
https://journalkeberlanjutan.com/index.php/ahjpm

Susila, A. R. (2017). Upaya pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dalam menghadapi pasar regional dan global. *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif*, *2017*, 153-171.